

CAR Navigation

繊細なレース細工のように
空を飾っていた裸の枝から、
ぶつとと新芽が湧き出ています。
花々もつぼみをほころばせ、
すべてが春色に染まりはじめました。
生命力が一気に芽を出すかのような春。
なにか新しいことを始めてみたいくなります。

トピック WABフォーラム ワークショップ参加

2009年2月25日に明治記念館(東京)で開催されたWeb広告研究会のフォーラムで、サイバーエリアリサーチはワークショップに参加しました。

日本住宅流通様の事例をはじめ、エリアターゲティングについてのご紹介をしたところ、「エリアターゲティングを導入したい」「マーケティングに活用したい」「もっと知りたい」などのご感想を頂きました。事前申し込みの数を上回る方にご来場いただき、本当にありがとうございます。

当日の資料はこちらからダウンロードできます <http://www.arearesearch.co.jp/information/090225.html>



お知らせ

サイバーエリアリサーチ創立9周年

おかげさまで、2000年2月21日に創立して以来9年目を迎えました。9周年記念イベントでは、社員の家族向けに会社見学会を開催しました。今後もお客様に信頼できるサービスを提供できるよう精進して参りますので、サイバーエリアリサーチを宜しくお願い致します!



エリアターゲティング活用塾 好評開催中!

定期開催している『エリアターゲティング活用塾』。皆様にご好評いただいています。活用塾では、『エリアターゲティング』で様々な課題を解決した実例のご紹介から業種別のエリアターゲティング活用提案まで徹底講義。少人数制ですので、ご参加の皆様との意見交換も実施しています。お気軽にご参加下さい!

日時:2009年4月16日(木) 18:00~20:00(17:30開場)
会場:南青山ClubHouse(クラブハウス)会議室 大会議室
お問い合わせ:TEL 055-991-5544 E-mail:info@arearesearch.co.jp
詳しくはこちら
http://www.arearesearch.co.jp/information/0901_seminar.html



CAR
STAFF

CARを裏からサポート

管理部 林 規子

2009年から管理部に新たに加入した林さん。小柄な体に似合わぬパワーを秘めているようです。とても勉強熱心で、仕事を丁寧にこなす姿勢は見習いたいもの。

そんな林さんから、仕事にかける思いを一言

『日々是好日』でいられるよう、常に明るく前向きに。

柔軟な対応力で裏からがっちりサポートしていきます!』

柔軟な対応力で...

広告の効果を可視化して クライアントに次のWEB戦略を提案する

株式会社アドテクニカ 様
http://www.adtechnica.co.jp/

～ 広告&WEBデザイン制作会社として次の一手を考える上で欠かせないアクセス解析 ～

アクセスログ解析提供のねらい

- ◆ 自社ツールとの組み合わせで付加価値のある商品を提供する
- ◆ 広告の効果測定を可能にし、次の広告施策の手がかりを作る

➔ クライアントからの紹介をきっかけに ソリューションパートナーへ

Q CAR(サイバーエリアリサーチ)にご興味をもたれたのは、何がきっかけでしょうか?

A WEBサイトに訪問してきた組織や企業について、組織のデータを見られるツール「らくらろ顧客開拓」を知ったことです。

Q アクセスログ解析のサービスを始めた経緯についてお聞かせください。

A CARを訪問したところ「らくらろ顧客開拓」と同様に組織データを取ることができるログ解析ツール「らくらろログ解析」を紹介されました。

その後、当社がテレビ静岡でのTVCM企画を担当したクライアントの向田工業所様から、効果測定を「らくらろログ解析」で実施したということで、再度紹介されました。

以前は、無料のGoogle Analyticsをクライアントに勤めていましたが、**地域別のTVCMの効果もしっかり測定できる**ことで、広告効果測定のためにログ解析を改めて見直したのがサービス提供のきっかけです。

➔ 「らくらろログ解析」を選んだワケ

Q 他のツールと比較して「らくらろログ解析」をお選びいただいたのはなぜでしょうか?

A 3種くらい比較しましたが、①営業同士の交流やツールについてのレクチャーなどがあったこと、②自社サービスとのパッケージで今後も組んでいける企業であったこと、そして③機能面でも魅力的だったことが決め手になりました。

Q 「らくらろログ解析」の中で特にオススメしている機能やメニューはございますか?

A 機能は①**地域解析**ができる②**組織**が分かる③**検索キーワード**が分かることを評価しています。

特に満足度が高いのは**組織データ**です。競合からの閲覧など、予想されていた企業名が解析結果に表れており、精度にも信頼がおけるとのご評価を頂いています。

エリアデータは、規模を問わずお勧めしています。地方の企業では、近隣地域の投資家からと考えられるアクセスを解析されているほか、**商圏分析**にも使えるのではないかと考えています。

株式会社アドテクニカ様は、紙媒体からWEB戦略まで総合的なクロスメディア戦略をご提案する広告&WEBデザイン制作会社です。クライアントの広告の効果測定やWEBサイト改善のため、サイバーエリアリサーチのソリューションパートナーとして営業展開しています。



代表取締役 下村 岳雄様 取締役営業部長 下村 聡様

【会社プロフィール】

デザイン制作・WEBソフト開発・マーケティング企画制作・ブランド構築・インターネット戦略やウェブソリューション等のサービスの提供によって、広告メディアの最大価値を引き出す静岡の企業です。

➔ ログ解析が次のご提案につながる

Q 既存ツールとのパッケージ化を企画されています。

A 当社は紙からWEBまで総合的な広告デザインを請け負っています。クロスメディア戦略をご提案する上で、WEBになじみが薄い方にも最短の工数でWEBに参入して頂けるよう、様々なパッケージをご提供しています。

その中で、「FREECODE(フリーコード)」というSEO対策のCMSソフトの導入でSEO効果が高いとの感想を頂いています。

サイトへの集客成功後の**次の一手を考えるためには解析が欠かせません**。「FREECODE」を「らくらろログ解析」とパッケージ化して機能を強化し、サイト改善のために活用していきたいと考えています。

Q 広告&WEB デザイン制作会社としてログ解析ツールを販売する狙いとは?

A WEBサイトだけでなく、紙媒体やTV広告の効果測定もできるためログ解析によって広告効果を可視化することで、クライアントに対して次のWEB戦略の提案をすることが容易になります。

編集後記

春。気温が上がりはじめてから木々が芽吹くまでのわずかな間に花を咲かせ、緑萌えて林床が暗くなったらひっそりと鳴りを潜める植物群を、「スプリングエフェメラル」といいます。エフェメラルとは「はかないもの」。「春のよるこびを表現したらこんな形になりました」とでもいいかげな、やさしい立ち姿をしています。里であでやかに咲くさくらと、山で可憐に咲くスプリングエフェメラル。里も山も春の気配でいっぱいですね。(木)

導入事例

セグメンテーション
& エリアターゲティング

「らくらくログ解析」の活用で 問い合わせ率は8倍へ急上昇

Interview | 株式会社 向田工業所 様

新たな顧客となる可能性 ...

業種をターゲティング?
潜在的なニーズ? 探りあてる方法は?

その答えは

サイバーエリアリサーチの
「らくらくログ解析」で見えてきた!



専務取締役
向田 博 様

導入に至る経緯と効果

課題

新しい顧客層の開拓。
Web サイトを効果的な
広告ツールとして活用し
たい。

導入

ログ解析ができるなら、
よりクリアな判断ができ
るようにとサイト自体もリ
ニューアル。

検証

解析結果から生まれた小
さな疑問。サイト訪問者
と DM 発送先のミスマッ
チの発見。

効果

DM 発送先の業種を変更
した結果、DM 経由の問
い合わせは 0.5% から
6%へ飛躍。

アルミトランクや選挙用投票箱で全国的なシェアを誇るアルミ製品製造販売の向田工業所。職人の手仕事による丈夫な製品は、既に多くの主要金融機関や地方自治体に納められている。

「らくらくログ解析」をマーケティングツールとして使用し、販売促進へ結びつけているその手法を紐解いてみたい。



導入サイト

<http://www.mukaida.co.jp/>

手探りから始めたサイト。 その ROI (費用対効果) は?

—— Web サイトは御社の中で、
どのような位置づけでしょうか?

広告媒体です。会社を広く知ってもらい、その中で必要なものが見つければお問い合わせいただくという形で始めました。

2002年に新規開拓の意味でホームページを立ち上げ、当時は月のアクセス数は10件前後で、宣伝媒体としては弱い状態でした。当時は製造業でホームページを持っている会社もそれほど無く、制作や運用の費用も高かった時代でしたので、社内で自分達で作ったホームページでしたが、問い合わせも無いし誰が見ているのかも分からない状態でした。

そんなときに、ログ解析というものがあることを知り自社のサイトを活かしたいと思い、2004年に「らくらくログ解析」の導入とホームページのリニューアルをしました。リニューアルにあたっては、「ログ解析ができる以上、もっとホームページを作り込んでいけば、それが良いのか悪いのかという判断ができる」とい

う指摘も受け、ホームページを大きく変えて集客できるようにしたいという目的がありました。そこで、「らくらくログ解析」に賭けてみようと思い、それが結果上手くいっています。

見えなかった情報が見える。 ログ解析の面白さ!

—— 「らくらくログ解析」導入後、
Web サイトへのアプローチに変化はありましたか?

そうですね。自社で作ったトランクや投票箱、名刺入れなどをプレゼントするキャンペーンを何度か行ったのですが、プレゼントの個数や出す時期によって、アクセス数の意外なパターンが解ったんです。キャンペーン時は懸賞サイトに登録しましたので、アクセス数は当然上がりますが、無関係に思える当社の商品への問い合わせ数も増えてきます。そういった関係性は、ログ解析をやっていないと分からないことなので、すごく面白く使っています。その商品が、これから当たるか外れるかということもよく見えてきます。

思い込み？サイト訪問者の行動と予測のギャップ

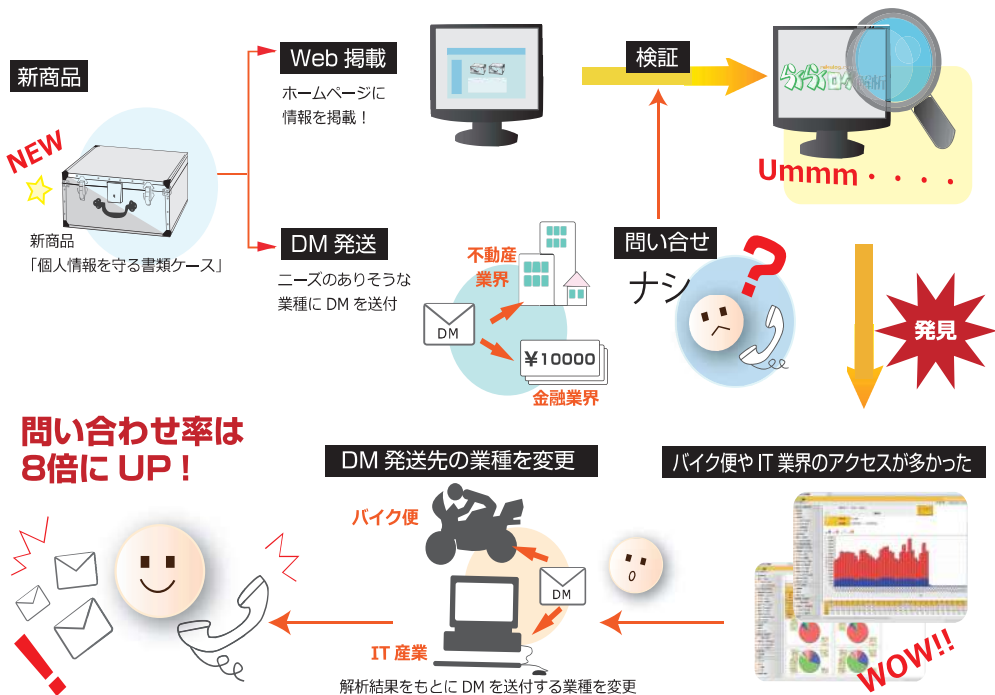
—— 意外な発見というのは面白いですね。

そうなんです。当社の製品に投票箱があるんですが、今までは市役所などにDMやカタログを送付していました。普通、ホームページ上であれば、投票箱のページを見るのは自治体しかいないだろうと思いますよね。でも、ログ解析の組織別解析メニューを見ますと一般企業の名前が多く出てきたんです。「何故だろう？」と思ってさらに経路分析のメニューを詳しく見ると、その人たちがトップページから選挙用品、そこから会社概要に行き、また選挙用品のページに戻りカタログをダウンロードしてくれている。最初は不思議に思っていたのですが、頂いたお問い合わせの内容などから、一般企業や町内会などの中でも、個人情報を気にする方のために、きちんとした投票箱を求めているというニーズが最近増えているんだということが解ってきました。

潜在的なニーズの発見。クロスメディアでターゲティング

—— 「らくらくログ解析」の解析データをDM発送に活用されているそうですが、どのような方法でしょうか？

DMについては、個人情報が入った書類を搬送するための書類ケースをホームページに載せたときですね。その頃、不動産登記法が変わって個人情報に関して難しいことが多くなってきて聞いていましたので、それに関わる不動産業界や銀行などの金融業界に向けて、まずDMを送付したのですが、こちらの予想よりも問合せとして返



問い合わせ率は8倍にUP!



てくる数が少なかったんです。そこで、検証のために「らくらくログ解析」の解析結果を見てみると、「個人情報」「重要書類」「機密」といった検索キーワードからバイク便やIT産業など、こちらの予想とは違う業種からのアクセスが多かったことが解りました。ここでも何故かなと思ったんですが、そういった複数間のお客様と目の前で接していくような業種でも、その場で鍵をかけて書類をしまうことで安心してもらえる、そこにニーズがあるんじゃないかということを知人の話などを通じて知ったんですね。そこで、アクセスの多い業種にDM発送のターゲットを切り替えたところ、以前は100通に対して1件の問い合わせ程度だったものが5~6件は反応が返ってくるようになりました。そういった

ニーズを見つけられたことは、「らくらくログ解析」を使ってよかったと思える点です。ホームページだけでは解決できない、既存のお客様との関係だけでもターゲットが絞りきれない、複数の現象から接点を見つけて考え直せるということですね。

—— ありがとうございます。最後に御社のPRをお願いします。

ホームページの中に「試作室」のページがあります。箱に限らず金属で加工できるものを、アートとしても試していきたいと思っています。新しい情報も順次更新していきますので、是非ご覧になってください!

サイバーエリアリサーチからのお知らせ

簡単エリアターゲティング どこどこ JP for Movable Type

Movable Type で簡単エリアターゲティングを実現するプラグインを無償配布

アルファサード有限会社は、2009年10月23日サイバーエリアリサーチ株式会社提供のASP「どこどこJP」を利用してエリアターゲティングコンテンツをシックス・アパート株式会社のCMS製品Movable Typeで管理する「どこどこJP for Movable Type」の提供(無償配布)を開始しました。

URL <http://docodoco.alfasado.net/>

どこどこ JP v3.0 リリース URL <http://www.docodoco.jp/>

エリア+BIターゲティングで究極のWEBユーザビリティを実現。エリアターゲティングASP「どこどこJP」が企業属性と企業情報を取得し、エリア+BI(企業情報)ターゲティングASPに進化。「SURFPOINT v3.0」にフル対応となりました。更に、企業(組織)情報も取得することが可能となり、WEB上で従来のエリアターゲティング機能に加え、企業名、業種、など企業(組織)情報を基にしたBI(企業情報)ターゲティングが標準機能として搭載され、あらゆるシーンでコンテンツの切り替えが可能となり、WEBサイト上で究極のアクセスユーザビリティを実現します。

SURFPOINT v3.0 リリース (SURFPOINT v2.0にBフラグが付きました)

SURFPOINT v3.0は、日本国内で使用されている全IPアドレスについて、地域(都道府県、市区町村、市外局番、緯度経度)、接続回線種別、ドメイン名とプロキシ利用の有無、組織利用の有無を判定します。

また、都道府県判定・市区町村判定・接続回線種別判定には、判定の確実さを示すCF値をそれぞれ付与しています。

URL <http://www.arearesearch.co.jp/>



サイバーエリアリサーチ株式会社

本社 〒451-0036 静岡県三島市一番町 18-22アーサーファーストビル4F
TEL:055-991-5544 FAX:055-991-5540